

ABU



Whitepaper

Platformwerk

Impact in uitzendbranche nu en straks

Whitepaper

Platformwerk

Impact in uitzendbranche nu en straks

Deze whitepaper is een uitgave van de Algemene Bond Uitzendondernemingen.

Tekst: Martijn Arets en Claartje Vogel

Deze uitgave is geschreven vóór de kabinetsval op 8 juli 2023.

Zomer 2023

Inhoudsopgave

1. Voorwoord	5
2. Context en terugblik	6
3. Stand van zaken	7
4. Platformen voor uitzendwerk: de varianten	11
5. Conclusie en blik op de toekomst	17
6. Literatuurlijst	18

Voorwoord

De hype is voorbij. In 2017 gaven wij met een eerste whitepaper nog een introductie op platformwerk als fenomeen. Nu, zes jaar later, zijn platformen niet meer weg te denken uit de uitzendwereld. We zijn voorbij de fase van disruptie en het is tijd om de balans op te maken. Dat doen wij met deze whitepaper.

Veel ABU-leden onderzoeken op welke manier platformisering, dat wil zeggen de inzet van platformtechnologie, het matchingsproces kan optimaliseren. Ze laten zich informeren en zijn aan het experimenteren. Zij zien namelijk dat werken met platformen steeds meer kansen biedt.

Voor werkenden komt de technologie tegemoet aan het verlangen naar autonomie. Zij raken steeds meer gewend aan 'Work as a Service'. Werk moet altijd toegankelijk zijn, ongeacht waar, wanneer of op welke manier de werkende het wil. Voor opdrachtgevers betekent werken met platformen meer transparantie, snelheid en flexibiliteit. Ondertussen kunnen uitzenders steeds meer toegevoegde waarde leveren met deze technologie. Wetgeving loopt weliswaar achter op de ontwikkelingen in de markt, maar dat verandert. Er is steeds meer jurisprudentie over platformwerk en zowel op landelijk als Europees niveau zijn wetten en richtlijnen in de maak.

Als uitzender is het essentieel om bezig te zijn met platformtechnologie, want het biedt kansen om de waarde van uw dienstverlening te vergroten. Met deze whitepaper geven wij een beeld van de impact van platformen op de wereld van uitzenders. Het is een samenvatting van de stand van zaken en de mogelijkheden van platformwerk. Ook geven we informatie over technologie, verschijningsvormen en arbeidsrechtelijke betrekkingen van platformen en uitzenden.

Hiermee leggen we de basis voor discussie met leden over platformen in het algemeen en uitzendplatformen in het bijzonder. Op deze manier willen wij als brancheorganisatie vooroplopen en onze leden helpen de kansen te pakken die platformen bieden.

Jurriën Koops

Directeur ABU

Disclaimer: In dit document komen ervaringsdeskundigen aan het woord die al bezig zijn met platformisering. De meningen in deze whitepaper zijn die van de sprekers en weerspiegelen niet noodzakelijkerwijs de standpunten van de ABU.

2. Context en terugblik

Wat is de potentiële invloed van platformisering op de uitzendbranche? Wat zijn de kansen en risico's? Een korte terugblik en inzichten uit eerdere publicaties.

We boeken een hotel via Booking.com, kopen en verkopen spullen via Marktplaats en delen onze successen op LinkedIn en Facebook. Sinds de coronacrisis bestellen we ook vaker online via platformen zoals Bol.com en Amazon. Daarnaast begeven steeds meer organisaties zich in de platformeconomie. Zo platformiseert bloemenveiling Royal Flora Holland, een platform pur sang, steeds verder. ABN AMRO geeft flexwerkers en freelancers direct toegang tot hun inkomen met betaaldienst PayDay. En grote bedrijven zoals Unilever en Schneider Electric gebruiken platformen om werk te verdelen binnen de eigen organisatie.

Ook in de wereld van arbeidsbemiddeling zijn platformen niet meer weg te denken. Digitale platformen verbinden vraag en aanbod van (vooral kortdurende) betaalde online en offline diensten met elkaar. De ABU definieert platformwerk als een vorm van betaalde, tijdelijke arbeid, waarbij werkenden hun diensten via digitale marktplaatsen aanbieden (Huws & Joyce, 2016). Platformisering in de uitzendbranche kan grofweg twee doelen dienen: 1) het bestaande werk beter organiseren en 2) nieuw vraag en aanbod creëren (ABU, 2020).

De potentiële impact is groot, voorspelde het ING Economisch Bureau in 2018. ING verwachtte dat uitzendbureaus, arbeidsbemiddelaars en payrollers binnen 10 jaar zo'n 20 tot 70% van hun markt zouden verliezen aan platformen, afhankelijk van marktontwikkeling en wet- en regelgeving. Online platformen, jobboards en sociale netwerken zouden de behoefte aan uitzendbureaus en andere bemiddelaars namelijk flink verminderen. Algoritmes kunnen tenslotte werving en selectie verregaand

automatiseren en ook administratieve taken als planning, urenregistratie en facturatie overnemen.

ABU-publicaties uit 2017 (*Wat is de impact van platformwerk?*) en 2020 (*Platformwerk in 2020 – een tussenstand*) geven een brede blik op het fenomeen platformwerk. Uit deze rapporten blijkt dat platformen kansen bieden, zoals:

- Werkenden en werkgevers faciliteren direct met elkaar samen te werken;
- Werkenden laagdrempelig toegang geven tot betaald werk;
- Vraag en aanbod transparant maken;
- Bijdragen aan het ontsluiten van nieuw aanbod en het creëren van nieuwe vraag op de arbeidsmarkt.

Er zijn daarnaast risico's, namelijk:

- Platformen geven werkenden vaak weinig zekerheid over hun inkomsten.
- Platformen bieden werkenden vaak niet of weinig bescherming tegen bijvoorbeeld (tijdelijke) werkloosheid en arbeidsongeschiktheid.
- Platformen voldoen niet altijd aan het arbeidsrecht.

Een ding is zeker: platformwerk is 'here to stay'.

Deze conclusie wordt in vele rapporten herhaald. Onderzoekers en andere deskundigen geven bijna unaniem het advies: versterk de voordelen, beperk de nadelen. Vijf jaar na het ING-rapport en drie jaar na de laatste ABU-publicatie over platformwerk maken we de balans op. Daarnaast zoeken we de juiste manieren om platformisering toe te passen in de uitzendbranche. Aan de hand van praktijk-casussen krijgt u inzicht in de varianten, kansen en valkuilen van uitzendplatformen

3. Stand van zaken

Zijn de voorspellingen over werken met platformen uitgekomen? Op welke manier zijn de markt en de discussie veranderd? Een samenvatting van de belangrijkste inzichten over de markt, rechtspraak en het overheidsbeleid.

De markt

Platformwerk maakt nog steeds een klein deel uit van de totale arbeidsbemiddelingsbranche. In de meest recente studies lopen de schattingen van het aantal platformwerkers in Nederland uiteen van 0,4% (Ter Weel e.a., 2018) tot 10% van de beroepsbevolking (Pesole e.a., 2018; Huws e.a., 2019). De verwachting van ING dat platformen minstens 20% van het werk zouden overnemen, is vooralsnog niet uitgekomen.

Hoewel er geen nieuwe cijfers zijn over de omvang van platformisering, is duidelijk dat het aantal werkplatformen dat actief is in Nederland groeit. Werkplatformen zijn digitale marktplaatsen voor kortlopende klussen (van een paar minuten tot een paar dagen). Werkverschaffers en werkzoekenden kunnen voor de hele transactie terecht op het platform: van zoeken en boeken tot betalen. Aanbieder en klant hebben direct contact zonder tussenkomst van een intercedent. De groei van werkplatformen blijkt uit een nog niet gepubliceerde database (meer dan 150 platformen) van Platformwerk.nl, een initiatief van Martijn Arets, de Haagse Hogeschool en Freshheads. Deze lijst is niet uitputtend, maar geeft wel een goed beeld van de markt.

Zo blijkt dat 55% van de werkplatformen primair gericht is op consumenten en 38% op zakelijke opdrachtgevers. Meer dan de helft van deze werkplatformen (62%) matcht werk dat op locatie plaatsvindt. Een kwart (27%) van de platformen maakt gebruik van freelancers, 7% ziet zichzelf als uitzender en 56% geeft geen specifieke toelichting

op de juridische status van de werkende. Dit laatste geldt voornamelijk voor platformen die bemiddelen in online werk of platformen gericht op consumenten, zoals oppas- of bijlesplatformen.

Daarnaast groeit het aantal platformwerkers in de Europese Unie. In 2021 werkten zo'n 28 miljoen mensen via digitale werkplatformen en de Europese Commissie verwacht dat dit aantal stijgt naar 43 miljoen in 2025 (Europese Commissie, 2021).

Van platformwerk naar platformisering van arbeid

Om de impact van werken met platformen te bepalen, is niet alleen het aantal platformen en platformwerkers relevant. Steeds meer organisaties gebruiken platformen als instrument om het bestaande werk beter te organiseren of nieuw aanbod te creëren. Niet alleen uitzenders, ook hun klanten. Zo kunnen vaste werknemers van negen Rotterdamse ziekenhuizen via online platform WorkFlow hun eigen rooster samenstellen en zelf kiezen waar en wanneer zij werken. Jeroen Meijerink doet als Assistant Professor Human Resource Management (HRM) aan de Universiteit Twente onderzoek naar werken met platformen. "Werken met platformen biedt steeds meer mogelijkheden voor organisaties," vertelt hij. "Platformen geven organisaties meer mogelijkheden om taken uit te besteden en binnen de organisatie flexibel om te gaan met werk."

In de moderne organisatie worden functies en contractvormen ondergeschikt, vertelt Meijerink. "Het gaat erom dat de klus geklaard wordt. Het maakt steeds minder uit of een werknemer,

uitzendkracht of freelancer het werk doet, als het maar gebeurt. Dankzij digitalisering is ook locatie steeds minder belangrijk, waardoor organisaties uit een grotere, internationale vijver van talent vissen. Platformen kunnen op allerlei manieren voorzien in die behoefte.”

Platformtechnologie wordt op steeds meer verschillende manieren ingezet in de wereld van werk. De totale impact van deze ontwikkeling op de arbeidsmarkt is dus groot.

“Werken met platformen biedt steeds meer mogelijkheden voor organisaties.”

Rechtspraak

De opkomst van platformwerk is ook terug te zien in jurisprudentie en arbeidsmarktbeleid. De wet- en regelgeving is nog altijd ambigu. Op dit moment spelen er diverse rechtszaken en politieke discussies over het fenomeen. De jurisprudentie en het beleid dat daaruit volgen, zullen invloed hebben op de ontwikkeling van de markt.

De terugkerende vraag is of platformwerkers werkzaam zijn in loondienst of als zzp'er. Hun arbeidsrelatie met het platform of de opdrachtgevers bepaalt namelijk grotendeels welke rechten en plichten gelden, bijvoorbeeld rond belasting, sociale zekerheid en pensioen. Er zijn grofweg

zes veelvoorkomende arbeidsrelaties:

- Een werkende is zelfstandig professional en gebruikt het platform om opdrachten te vinden.
- Een werkende is uitzendkracht en wordt via het platform van de uitzender ingezet bij opdrachtgevers.
- Een werkende is payrollkracht en wordt via het platform van het payrollbedrijf ingezet bij opdrachtgevers.
- Een werkende (ongeacht contractvorm) besteedt de eigen verloning uit aan een organisatie die de belastingafdrachten verzorgt.
- Een werkende werkt onder de regeling 'Dienstverlening aan huis' en gebruikt het platform om opdrachten te vinden voor werkzaamheden in en om het huis, zoals schoonmaak en oppas.
- Een werkende is als werknemer in vaste loondienst bij het platform.

Dat dit onderscheid lastig te bepalen is, blijkt wel uit alle jurisprudentie. In 2021 oordeelde het gerechtshof in Amsterdam dat schoonmakers die via platform Helpling werken, behandeld moeten worden als uitzendkrachten. Helpling paste zijn businessmodel aan, maar is niet gaan uitzenden. De nieuwe situatie bleek niet houdbaar: het schoonmaakplatform ging begin 2023 failliet.

In de zomer van 2023 staat de rechtszaak van vakbonden FNV en CNV tegen platform Temper op de planning. De vakbonden vinden dat Temper een verkapt uitzendbureau is en dus niet mag werken met zelfstandigen. Volgens FNV en CNV is dat niet alleen vervelend voor de mensen die onverzekerd werken, maar ook voor de sector. “Door valse concurrentie worden eerlijke werkgevers uit de markt gedrukt. Dit moet stoppen,” zei FNV-bestuurder Erik Pentenga tegen nieuwswzender NOS ('Vakbonden FNV en CNV starten rechtszaak tegen bemiddelingsplatform Temper', NOS.nl, 2020).

De zaak Deliveroo: zzp of niet?

Een actuele, veelbesproken zaak is die rondom platform Deliveroo. In deze zaak deed de Hoge Raad eind maart 2023 uitspraak. De vraag was of maaltijdbezorgers van Deliveroo in Nederland werkzaam waren op basis van een arbeidsovereenkomst of als zzp'er. De Hoge Raad oordeelde dat de maaltijdbezorgers op basis van alle omstandigheden van het geval (de 'holistische weging' die de Hoge Raad al lange tijd toepast), aangemerkt moeten worden als werknemer. Daarmee sluit de Hoge Raad aan bij eerdere rechterlijke uitspraken. Dat de fietskoeriers de vrijheid hebben om te komen werken wanneer zij willen en zich volgens het contract vrij kunnen laten vervangen – argumenten vóór zzp-schap volgens Deliveroo – doet hier niet aan af. De zaak is zo interessant, omdat betrokkenen hoopten dat de Hoge Raad meer duidelijkheid zou scheppen over de kwalificatie van arbeidsrelaties in het algemeen. Advocaat-generaal (AG)

Ruth de Bock had de Hoge Raad namelijk geadviseerd om deze kwestie hoofdzakelijk te beoordelen aan de hand van 'organisatorische inbedding'. Volgens de AG draait het bij de beantwoording van de vraag of iemand een arbeidsovereenkomst heeft vooral om de vraag of het werk organisatorisch is ingebed in de onderneming van de werkverschaffer. Als de werkzaamheden een wezenlijk onderdeel zijn van de bedrijfsvoering, zal daarvan snel sprake zijn. In dat geval mag het werk niet door een zzp'er worden uitgevoerd. Jurisprudentie waarin 'inbedding in de organisatie' het leidende principe is voor de beoordeling van een arbeidsrelatie, had een interessante impuls kunnen geven aan de voortslepende discussie rondom schijnzelfstandigheid. Maar de Hoge Raad besloot het advies van de AG niet te volgen. De hoogste rechter zag geen aanleiding voor rechtsontwikkeling, omdat de wetgever op dit moment met dit onderwerp bezig is.

Overheidsbeleid

Minister Karien van Gennip (Sociale Zaken en Werkgelegenheid) werkt momenteel aan duidelijkere regels om het onderscheid tussen zelfstandig ondernemers en werknemers te bepalen. In de brief 'werken met en als zelfstandige(n)' (december 2022) schrijft ze dat zij het gezagscriterium wil verduidelijken per 1 januari 2025. Net zoals AG De Bock wil ze dat 'inbedding van het werk in de organisatie' een indicatie wordt van een gezagsrelatie. Verder komt de minister met een zogenaamde 'contra-indicatie voor werknemerschap': als er sprake is van zelfstandig ondernemerschap, kan het zijn dat de werkende

toch ingebed werk mag verrichten als zelfstandige. De minister heeft ook een plan voor een rechtsvermoeden van een arbeidsovereenkomst gekoppeld aan een uurtarief. Dat houdt in dat werkenden onder een bepaald uurtarief worden vermoed werknemer te zijn. Als zij een beroep doen op het rechtsvermoeden, is het aan de opdrachtgever om aan te tonen dat het niet om een arbeidsovereenkomst gaat.

De minister wil in principe geen aparte zzp-regels voor sectoren zoals de bouw en de zorg, maar wel voor platformwerk. "Uitzondering zijn platform-

werkers, voor hen kan op basis van een nieuwe Europese richtlijn wel een soort sectorale aanpak komen,” zei de minister in een Kamerdebat in oktober 2022. De Europese Commissie kwam in 2021 namelijk met een voorstel om de werkomstandigheden van platformwerkers te verbeteren. In het oorspronkelijke voorstel stond dat platformwerkers in de Europese Unie dezelfde rechten en plichten moeten krijgen als werknemers. Ook moeten platformen inzicht geven in de manier waarop het algoritme taken verdeelt, beoordelingen geeft en beloningen toekent. Of die richtlijn een feit wordt en hoe hij nationaal wordt doorvertaald, is onzeker. Er is een akkoord over een aangepaste platformrichtlijn in het Europees Parlement, maar op moment van schrijven zijn de onderhandelingen tussen de lidstaten vastgelopen.

Conclusie en advies

Van marktontwikkelingen tot jurisprudentie en overheidsbeleid: heel veel zaken hebben invloed op de ontwikkeling van platformwerk. Wie aan de slag gaat met platformen, doet er verstandig aan zoveel mogelijk vooruit te lopen op wet- en regelgeving. Diverse ervaringskundigen die wij interviewden voor deze whitepaper zijn er al mee bezig. Zo werkt platform Youbahn bijvoorbeeld bewust met uitzendkrachten in plaats van zzp'ers. “Werken met zzp'ers is een te groot risico binnen de sectoren waarin

Youbahn actief is, zowel voor de werkende als voor de opdrachtgevers,” vertelt directeur Ard Huininga. “Voldoen aan wetgeving is in principe niet moeilijk, de techniek van een platform kan juist helpen om aan cao's te voldoen.”

Pieter Leenman van werkplatform Maqqie werkt met vrijwel alle contractvormen en hij doet dat naar eigen zeggen volgens de regels. Het platform voldoet ook aan diverse keurmerken, zoals het SNA-keurmerk (NEN 4400-1). “Als je een werkplatform succesvol wilt maken, moet je vanaf het begin voldoen aan wet- en regelgeving,” zegt Leenman. “Hoe weerbarstig en ouderwets de huidige systemen ook zijn. Dat helpt je bovendien om in verbinding te blijven met beleidsmakers. Alleen zo kun je bijdragen aan verandering.”

We zijn nu in de fase voorbij de hype. Het is tijd om te bepalen hoe werken met platformen kan bijdragen aan de ontwikkeling van de arbeidsmarkt in het algemeen en de uitzendbranche specifiek. Uitzendorganisaties hebben hun eerste stappen in de platformeconomie gezet. Iedere organisatie doet dat op zijn eigen manier. Daarover leest u meer in het volgende hoofdstuk.



4. Platformen voor uitzendwerk: de varianten

Uitzendorganisaties kunnen op meerdere manieren gebruikmaken van digitale marktplaatsen. Welke opties zijn er? Wat zijn de voorwaarden voor een succesvolle toepassing van platformen in de uitzendbranche? Een overzicht aan de hand van praktijkcasussen.

Wie aan de slag gaat met platformen, heeft keuzes te maken. De eerste gaat over het doel. In principe kunnen platformen ingezet worden in het hele uitzendproces: van matching tot contractbeheer. Technologie kan het mogelijk maken voor klant en kandidaat om direct zaken te doen, zonder tussenkomst van een intercedent. Maar zo'n 'selfservice-platform' past niet bij elke organisatie en ook niet bij elke doelgroep. Veel bestaande uitzenders gebruiken platformen voor slechts een deel van hun processen, bijvoorbeeld alleen het samenbrengen van vraag en aanbod.

Een tweede keuze gaat over doelgroepen en type klussen. Welke klanten en kandidaten wilt u bedienen met het platform? Voor wat voor soort werk is het platform beschikbaar? In hoeverre kunnen klant en kandidaat zelf aan de slag via het platform, wanneer is interventie van de intermediair gewenst? Denk ook na over de duur van een klus en de eisen aan het profiel van de kandidaat. Een andere belangrijke vraag gaat over wat u zelf doet en wat u aan anderen overlaat. Bouwt u het platform helemaal zelf of laat u het opzetten door een ervaren partij? Beheert u het zelf of besteedt u dat uit, bijvoorbeeld met een whitelabel (zie kader)?

Aan de hand van praktijkcasussen beschrijven we drie varianten van platformisering in de uitzendbranche. Zo bouwde Randstad een intern platform

dat kandidaat en intercedent met elkaar verbindt, kiest Abiant voor een strategische samenwerking met Maqqie en gaat Youbahn met een zelfstandig platform de markt op. In het kader beschrijven we nog een vierde variant: whitelabeling. Vervolgens bespreken we de voorwaarden voor succesvolle toepassing van platformen en geven we een overzicht van kansen en risico's.

Wat is een whitelabel?

Platformen Youbahn en Maqqie verkopen hun techniek ook aan andere partijen. Achter de schermen regelen zij het onderhoud en de ontwikkeling van het platform, de klant zet zijn logo erop en brengt het platform op de markt voor een bepaalde doelgroep.

Youbahn bouwt en onderhoudt zo'n zogenaamd 'whitelabel' bijvoorbeeld voor het goede doel, namelijk het platform RefugeeWork van VluchtelingenWerk Nederland en Start Foundation. Maqqie bouwt en beheert whitelabels voor onder meer Mise en Place.

4.1 Een zelfstandig uitzendplatform

Een voorbeeld van een zelfstandig uitzendplatform is Youbahn. Dit initiatief begon in 2016 als traditioneel uitzendbureau, maar sinds 2020 gaat alles digitaal. Youbahn matcht werknemers en werkgevers zonder tussenkomst van een intercedent. Youbahn richt zich oorspronkelijk vooral op studenten die willen bijverdienen. Zij bepalen via het platform zelf welke dagklussen zij aannemen. Deze werknemers hebben een uitzendcontract en vallen onder de uitzend-cao.

Een opdrachtgever plaatst een vacature op het platform en geeft aan welke profielen hij zoekt. Het algoritme van Youbahn matcht de werknemers op basis van hun competenties en locatie. Wie past bij de klus, krijgt een melding. “We willen zo de werknemer centraal stellen,” vertelt directeur Ard Huininga. “Bij klassieke uitzendorganisaties bepaalt de intercedent waar iemand werkt, nu kan een werkende dat zelf bepalen. We merken dat vooral jonge werkenden daar behoefte aan hebben. De gemiddelde leeftijd van onze uitzendkrachten is 27 jaar.”

Het platform belooft werkgevers snelheid en flexibiliteit: zij kunnen via Youbahn hun diensten in laten vullen, al vanaf drie uur werk en als het nodig is dezelfde dag nog. Op het platform staan naast dagklussen ook werk voor langere periodes. Als opdrachtgevers voor langere tijd iemand zoeken, kiezen zij veelal uit een eigen pool met kandidaten die eerder een dagklus voor ze hebben gedaan. Die eigen pool bouwen ze op binnen het platform.

Op iedere uitgezette vacature komen gemiddeld drie reacties, vertelt Huininga. Youbahn werkt niet met intercedenten, maar ondersteunt werkgevers en werknemers wel bij bijvoorbeeld de onboarding op het platform of het opstellen van een goed profiel. “Zijn er na 24 uur nog niet genoeg reacties, dan ‘gaat de marketingmachine aan,’” vertelt hij. “We benaderen mensen dan actief op basis van hun profiel.”

4.2 Een platform naast je bestaande organisatie

Abiant Holding (eigenaar van uitzendbureau Abiant en MF Groep) richt zich met platform Maqqie specifiek op Noord-Nederland. Abiant onderzocht zo’n drie jaar geleden de mogelijkheden om met platformen aan de slag te gaan. “We kwamen tot de conclusie dat we deze verandering als kans moesten zien,” vertelt Eddy van der Werff, manager ICT, Digitalisering & Innovatie. “Maar hoe, dat wisten we niet. Zelf bouwen leek geen goed idee. Los van de kosten heb je technische kennis en focus nodig. Toen kwamen we Maqqie tegen, een specialist op dit gebied. Wij wilden graag samenwerken vanwege hun expertise en het feit dat zij het belangrijk vinden om te voldoen aan wetgeving.”

Online werkplatform Maqqie is in 2017 opgericht door Pieter Leenman. Leenman wil van Maqqie ‘het werkplatform van Nederland’ maken: een soort LinkedIn waarbij werkgever en werknemer met één druk op de knop kunnen samenwerken. Het platform regelt de rest. Werkgever en werknemer komen contractvorm en uurtarief overeen en Maqqie regelt vervolgens alle juridische, fiscale en administratieve zaken. Maqqie rekent 7% van het uurtarief als commissie. Dat is goedkoper dan een uitzendbureau, omdat er geen mensenwerk bij komt kijken. De meer dan 60 medewerkers van dit bedrijf zijn vooral software-ontwikkelaars en cao-experts, geen intercedenten. “Het algoritme regelt een cao-proof contract voor elke samenwerking,” zegt Leenman. “Wij kunnen elke samenwerking faciliteren: freelance, payroll of uitzend.”

Abiant Holding werd in 2021 strategisch partner van Maqqie. Sindsdien mag Abiant exclusief gebruikmaken van Maqqie in de regio Noord-Nederland. Dit is geen whitelabeloplossing: Abiant baat Maqqie uit als een soort franchise onder Abiant Holding. Tamara Jansen van Abiant is commercieel verantwoordelijk voor Maqqie. Jansen: “Het platform is vooral populair bij micro- of mkb-ondernemers, die vinden de zelfbediening prettig en zijn vaker op

zoek naar payrolloplossingen. Daar is Maqqie onder andere erg geschikt voor.”

Grote opdrachtgevers willen liever wat meer begeleiding, merkt zij. “Die bedienen we op dit moment niet via het platform, maar via onze andere merken.”

“Goede communicatie is essentieel voor de samenwerking,” vertelt Jansen. “Ten eerste is het belangrijk dat ons eigen team en dat van het hoofdkantoor van Maqqie goed met elkaar overleggen. Daarnaast is het aan ons de taak om het platform ook intern onder de aandacht te brengen en andere afdelingen aan te sluiten.”

Van der Werff benadrukt dat Abiant dankzij de samenwerking met Maqqie doorlopend op zoek is naar de beste manier om te platformiseren.

“Een platform bouwen is pas het begin. Door te experimenteren, ontdekken we gaandeweg op welke manier platformisering past bij onze organisatie. Het is een continu leerproces.”

4.3 Platformisering binnen de organisatie

Randstad Go is het online werkplatform van Randstad speciaal voor korte, laagdrempelige klussen. Het is een intern platform waarmee intercedenten kandidaten kunnen vinden. Het platform is nu bijna zeven jaar onderdeel van de uitzendorganisatie, vertelt product owner Jop Verheijen. “Het idee voor Go ontstond vanuit een probleem: we waren landelijk op zoek naar mensen voor korte klussen op veel verschillende locaties. Denk aan horeca-, promotie- en inpakwerk. Dit werk is niet structureel, dus een pool opbouwen was onbegonnen werk.”

Als grote klanten plotseling veel kandidaten nodig hadden voor eenmalige, korte klusjes, moesten intercedenten soms honderden potentiële kandidaten bellen. Dat kostte veel tijd en geld. Bovendien waren die belletjes irritant voor de kandidaten, zegt Verheijen: “Zij werden gestoord op een moment dat hen niet uitkwam, met werk waar de meesten geen tijd voor hadden.”

Een nieuwe functie in de Randstad-app moest dat makkelijker maken. Kandidaten die zich aanmelden, krijgen een melding zodra er werk is dat past bij hun profiel. Daar kunnen zij in hun eigen tijd op reageren. “Normaal hebben intercedenten alleen zicht op kandidaten in hun regio, met Randstad Go hebben we één landelijke pool,” vertelt Verheijen. “De tijd die intercedenten besparen aan het bellen van kandidaten, kunnen ze nu gebruiken om mensen te screenen voor de pool van Randstad Go.” Iedere kandidaat die werkt via Randstad Go wordt kort gescreend en krijgt een uitzendcontract. Zij vallen dus allemaal onder de uitzend-cao.

“Goede communicatie is essentieel voor de samenwerking.”

Inmiddels is Randstad Go volgens Verheijen ‘voorbij de startup-fase’. Go versterkt de organisatie op meerdere manieren. De Go-pool is aangesloten op het interne plansysteem, zodat intercedenten die kunnen inzetten als grote klanten plotseling veel mensen nodig hebben. “Klanten als de Johan Cruijff ArenA en de Ziggo Dome hebben soms ineens veel uitzendkrachten nodig,” vertelt Verheijen. “Ze hebben een voorkeur voor kandidaten die ingewerkt zijn, maar als er bijvoorbeeld ineens veel mensen ziek zijn dan kunnen ze niet anders. Dan biedt Randstad Go een uitweg.”

Er is een stabiele instroom van kandidaten, zegt Verheijen. Dat Randstad Go echt onderdeel is van de hele uitzendorganisatie, blijkt uit het feit dat een deel van de platformwerkers ook aan de slag gaat via andere Randstad-onderdelen. “Via het platform maken kandidaten op een laagdrempelige manier kennis met Randstad. Zo biedt het platform voor

de gehele organisatie kansen. Kandidaten komen namelijk in contact met onze planners en stromen zo door naar andere klussen. Daarnaast gebruiken onze bestaande uitzendkrachten Randstad Go ook steeds vaker om bij te verdienen.”

Volgens Verheijen is het platform niet zo geschikt voor langlopende klussen. “We hebben ermee geëxperimenteerd, maar hoe langer de klus hoe belangrijker het is voor de klant om contact te hebben met een intercedent,” legt hij uit. “Voor langere opdrachten wil de klant niet zomaar een geschikte, maar ‘de beste kandidaat’. Dan stijgt dus de waarde van persoonlijk contact. Niet alles is te automatiseren.”

Voorwaarden voor een succesvolle toepassing

Er wordt dus volop geëxperimenteerd met platformen in de uitzendbranche. Wat zijn de randvoorwaarden om succesvol te werken met platformen in de uitzendbranche? Wout Withagen is mede-auteur van het boek *Bouw een succesvolle online marktplaats* en algemeen directeur bij digitaal bureau Freshheads. Het bureau bedenkt, ontwerpt en ontwikkelt online diensten en is gespecialiseerd in platformen. Het verschil met een whitelabel is dat Freshheads platformen bouwt die de opdrachtgever (uitzender) uiteindelijk zelf gaat beheren. Freshheads is het meest bekend als bouwer van klusplatform Werkspot.nl, het online platform van Wiertz Company en freelanceplatform YoungOnes (een initiatief van de oprichters van uitzendbureau YoungCapital).

Withagen kent inmiddels een aantal voorwaarden voor succes:

- Denk vanuit het probleem dat u wilt oplossen. Uitzenden via een platform is geen doel op zich. Bepaal op basis van de behoefte van de klant wat voor type platform geschikt is.
- Zie het platform als aanvulling, niet als concurrent van de bestaande bedrijfsvoering. Maak gebruik van de expertise, klanten en kandidaten die u al heeft. Wees bereid in elk geval een stukje van

de bestaande business via het platform te laten lopen.

- De oude structuur van uitzendorganisaties kan de platformgedachte in de weg zitten. Kijk waar het knelt en laat oude patronen los;
- Onderzoek op welke manier een platform uw processen efficiënter kan maken.
- Ga op zoek naar de niche waar u het verschil kunt maken.
- Focus op de ervaring van de kandidaat om die zo lang mogelijk te binden.
- Bied ondersteuning als klanten of werkenden dat nodig hebben. Maak van uw expertise als dienstverlener een unique selling point.

Kortom, kijk goed waar u met uw bestaande organisatie voordeel kunt halen en waar met een platform. Wat heeft u in huis wat iemand die morgen begint nog niet heeft? Hoe kunt u bestaande kandidaten, klanten en medewerkers iets extra's bieden via uw platform? En hoe kunnen zij op hun beurt bijdragen aan het succes van een platform in uw organisatie?

Dat alles is makkelijker gezegd, dan gedaan. Withagen weet uit ervaring dat een platform succesvol in de markt neerzetten niet eenvoudig is. “We hebben soms succes met onze platformen, maar veel vaker juist niet,” zegt hij. “Werken met arbeidsmarktplatformen is een kwestie van experimenteren. Met vallen en opstaan leer je wat werkt en wat niet.”

Kansen en bedreigingen

Het is duidelijk dat platformen een steeds grotere rol spelen in de wereld van arbeidsbemiddeling. Uitzenders die ervaring hebben met platformisering, vertellen dat de juridische onduidelijkheid en het gebrek aan handhaving op korte termijn een bedreiging vormen. Op dit moment kunnen uitzendplatformen voor dagklussen nagenoeg dezelfde flexibiliteit bieden als van zzp-platformen, blijkt uit onderzoek van Jeroen Meijerink en Martijn Arets (Arets & Meijerink, 2021). Maar het kabinet werkt aan maatregelen om de flexibiliteit binnen uitzendcontracten te beperken. Als de maatregelen om

schijnzelfstandigheid tegen te gaan pas later worden doorgevoerd, kan dat leiden tot oneerlijke concurrentie tussen uitzend- en zzp-platformen.

Er zijn ook genoeg kansen. Zo kunnen arbeidsbemiddelaars platformen ook gebruiken om aanvullende dienstverlening te bieden. Bovendien biedt onderlinge samenwerking via platformen veel mogelijkheden. We zien nu al dat uitzenders kansen

grijpen om samen te werken binnen hun sector om processen en kandidatervaringen te verbeteren. Een recent voorbeeld is het Belgische initiatief WorkID. Dit is een gezamenlijk platform van de Belgische uitzendbranche voor de uitzendkracht. Via het platform WorkID kunnen kandidaten eenvoudig bepaalde persoonlijke gegevens delen met door henzelf geselecteerde uitzendbureaus.



5. Conclusie en blik op de toekomst

De markt, de technologie, wet- en regelgeving: alles verandert razendsnel. Werkenden en organisaties raken steeds meer gewend aan het gemak, de snelheid en de autonomie van platformen. Om klaar te zijn voor de toekomst moet u dus aan de slag als dienstverlener.

Er is niet één juiste manier om te werken met platformen. Er zijn talloze mogelijkheden om de technologie te gebruiken voor betere dienstverlening. Wat het best past bij uw organisatie, kunt u maar op één manier ontdekken: experimenteren. De ervaringsdeskundigen die wij spraken voor deze whitepaper zijn daar volop mee bezig. Ze zijn zich bewust van de beperkingen en onzekerheden, maar gaan ondanks die bezwaren aan de slag. Niets doen is tenslotte geen optie, fouten maken hoort erbij.

Waar moet u in elk geval rekening mee houden? In dit document werd duidelijk dat...

- Platformisering geen eenmalig project is, maar een doorlopende reis op zoek naar betere dienstverlening via technologie;
- Het verstandig is om vooruit te lopen op verwachte wet- en regelgeving;
- Denken vanuit de behoefte van de doelgroep een randvoorwaarde is;
- Niet alle vraagstukken op te lossen zijn met een platform. Niet de techniek, maar het probleem of de behoefte staat centraal in de ontwerpopgave;
- Denken vanuit uw bestaande organisatie een succesvoorwaarde is. Wat geeft uw organisatie een voorsprong ten opzichte van iedereen die morgen vanaf nul begint?

Platformisering in de uitzendbranche gaat over meer dan 'uitzendplatformen voor dagklussen'. Het draait niet om 'platformen', maar om 'platform-denken'. Hoe kunt u met technologie en een nieuwe manier van denken opdrachtgevers en kandidaten beter bedienen? Onze verwachting is dat platformen alomtegenwoordig worden in de wereld van werk en arbeidsbemiddeling. Want hoewel de impact van platformen in de uitzendsector nog marginaal is, raken klant en kandidaat door hun dagelijkse omgang met platformen gewend aan het gemak en de snelheid waarmee zij zaken kunnen organiseren. Wie in deze behoefte kan voorzien, borgt zijn bestaanszekerheid. We wensen u een goede reis.

“Het draait niet om ‘platformen’, maar om ‘platform-denken’.”

6. Literatuurlijst

- ABU (2017), Whitepaper: *Wat is de impact van platformwerk?*
- ABU (maart 2020), Whitepaper: *Platformwerk in 2020 - De tussenstand.*
- Arets, M. & Meijerink, J. (2021), *Uitzendbureaus versus klusplatformen: nieuwe wijn in oude zakken of oude wijn in nieuwe zakken?* ZIPconomy.
- Blom, M. (2018), *Platformen kunnen arbeidsmarkt drastisch veranderen.* Amsterdam: ING Economisch Bureau.
- Europese Commissie. (2021), *Commission proposals to improve the working conditions of people working through digital labour platform.* Europese Commissie.
- Huws, U., Spencer, N.H., Joyce, S. (2016), *Crowd working survey.* Hertfordshire: University of Hertfordshire.
- Ter Weel, B., Van der Werf, S., Bennaars, H., Scholte, R., Fijnje, J., Westerveld, M., Mertens, T., (2018), *De opkomst en groei van de kluseconomie in Nederland.* Amsterdam: SEO Economisch Onderzoek.
- Ruts, H. (2023), *Eventbureau eist handhaving schijnzelfstandigheid, maar verliest kort geding.* ZIPconomy.
- Snijder, J. (2023), *Leidt uitspraak Hoge Raad over Deliveroo-zaak tot verduidelijking gezagscriterium?.* ZIPconomy.
- Vakbonden FNV en CNV starten rechtszaak tegen bemiddelingsplatform Temper, NOS.nl (2020).

ABU

Algemene Bond Uitzendondernemingen

Postbus 144
1170 AC Badhoevedorp
Singaporestraat 74
Lijnden

020 - 655 82 55

info@abu.nl
www.abu.nl